



Und was ist, wenn die Freundin nicht da ist? Selbsthilfe-Videos geben Tipps – auf Spotn.de

Da werde ich geholfen

Start-up-Offensive: In der UNICUM Serie über junge Existenzgründer geht es diesmal um studentische Plattformen, die das (Blogger-) Leben leichter machen wollen. VON RITA MARTENS

■ Bloggen könnte so einfach sein, wären da nicht die Probleme mit Html, MySQL und Co., die gerade Anfängern das Leben schwer machen können. Wieso kompliziert, wenn es auch einfach geht, dachten sich Stephan Dörner (24), Mutwin Kraus (23), Lukas Bombach (23) und Frederik Aust (21). Bereits Ende 2005 beschlossen sie, den Usern im Internet ein Portal zu bieten, das eine einfache Benutzerführung in Sachen Weblogs ermöglicht. Nach dem Motto „Bloggen leicht gemacht“, entwickelte sich auf Blogage.de seitdem eine umfangreiche Seite, mit der man sowohl kostenlose Online-Tagebücher mit Web 2.0-Elementen führen, Videohosting betreiben als auch Bilder und Sounddateien hochladen kann – Social Networking mit eigenem Profil darf ebenfalls nicht fehlen.

Angefangen hatte alles, als Dörner sich über die vielen technischen Probleme ärgerte, die einem das Bloggen erschweren. So suchte der heute 24-Jährige Partner, die sich auskennen mit Grafik – wie Lukas Bombach und Frederik Aust – und programmieren können – wie Mut-

win Kraus, der bereits freiberuflich als Programmierer arbeitet. Gemeinsam versuchten sie, so viele Klicks wie möglich auf ihrem Portal zu generieren und die User von ihrem Konzept zu überzeugen. Was ist denn an Blogage so besonders? „Die Antwort liegt im Detail: Blogsoftware, um einen Text zu posten, hat jeder, aber bei uns ist es besonders für Laien viel einfacher, mit dem Bloggen sofort zu beginnen, weil die Funktionen für verschiedene Beitragstypen wie Text, Bild, Video und Audio simpel sind“, erzählt Frederik Aust. „Und weil das Zusammenspiel mit anderen Funktionen wie Besucherstatistiken, Schlagwortsuche oder Streaming für hochgeladene Videos bei uns besser funktioniert.“

Im Frühjahr 2007 gingen sie mit einer Beta-Version an die Öffentlichkeit – und im Dezember vorigen Jahres starteten sie offiziell. Seitdem tragen sich die Ausgaben für den kostenpflichtigen Server durch geschaltete Textwerbung auf der Onlineplattform selbst. Für Frederik Aust wäre es ein Traum, gar keine Werbung mehr schalten

zu müssen. Voraussetzung dafür sei, „dass die Serverkosten gedeckt sind und für uns auch noch etwas herauspringt, weil da sehr viel Arbeit drin steckt.“ Arbeit, die die vier Studenten der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf neben dem Studium bewältigen müssen. „Blogage und Studium lassen sich vereinbaren, aber man merkt, dass man deutlich weniger Zeit fürs Studium hat und die ein oder andere Note besser hätte sein können“, sagt der Psychologie-Student. In nächster Zeit bieten sie ihren Benutzern ohne weitere Hilfsmittel an, Video-Blogging zu betreiben: also Videos statt Texte zu bloggen, via Video andere Blog-Einträge zu kommentieren und Video-Nachrichten auf den Pinnwänden anderer Nutzer zu hinterlassen. Ein kleines Geburtstagsständchen ist so also kein Problem mehr.

Mit Videos beschäftigten sich auch die drei Oldenburger Existenzgründer von Spotn.de, bevor sie mit ihrer Videoplattform im November vorigen Jahres online gingen. Michael Schuricht (25), Enno Schulte-Güstenberg (28) und sein Bruder Hauke Schulte-Güstenberg (25) spezialisierten sich mit Hilfs- und Anleitungsvideos auf der Plattform „Spotn“. „Wir haben zum Teil wesentlich höhere Klickraten für Anleitungsvideos als Youtube“, verrät Enno Schulte-Güstenberg. „Bei uns kann jeder mit dem Schwerpunkt auf nutzergenerierte Inhalte seine Videos einstellen.“ Die ersten Clips auf Spotn drehen die Gründer selbst und machen es auch weiterhin. Dafür beschäftigen

sie ein Filmteam aus Freunden, die als Schauspieler, Fotograf oder auch Kameramann arbeiten. Heraus kommen dabei Videos mit Titeln: „Wie man sich nach einem One-Night-Stand verhält?“ Oder: „Wie macht man gebrannte Mandeln selbst?“ Der Spaßfaktor solle bei ihren Clips an erster Stelle stehen. Nach einem halben Jahr nähert sich Spotn mit den circa 700 Videos in 14 Kategorien der beträchtlichen Zahl von einer Millionen Videoabrufen. Dennoch müssen sie sich neben Spotn aber anderweitig ihr Brot verdienen: Enno, der sein BWL-Studium bereits abgeschlossen hat, besitzt seit fünf Jahren ein Marketing-Gewerbe im Bereich Promotion. Michael ist derzeit BWL-Doktorand an der Universität Oldenburg und der Diplom-Sozialpädagoge Hauke studiert in Hamburg Sonderschulpädagogik.

„Langfristig soll sich das Projekt durch Werbung und über die Vermarktung von Inhalten finanzieren“, erzählt Enno. „Wir planen zusätzlich, als Dienstleister für Unternehmen Videoanleitungen selbst zu produzieren. Die Gespräche laufen bereits.“ Ein weiterer Arbeitsbereich ist die Akquise und Einbettung von Anleitungsvideos anderer Firmen. Die können ihre Videos kostenlos zur Verfügung stellen: So gibt es auf Spotn einen Clip des Deutschen Roten Kreuzes mit einer Erste-Hilfe-Anleitung, die Zeitschrift Vogue zeigt Videos mit Schminktipp und die Firma Billy Boy erklärt die korrekte Nutzung von Kondomen.

Weitere Infos unter www.spotn.de und www.blogage.de

FOTO: MAURITIUS IMAGES